Casos & .Causos

Por Nestor Leme

Serra Alegria 2026

Uma cena dos antigos carnavais serranos, quando a cidade pulsava ao som das marchinhas e da alegria dos foliões | Arquivo de Nestor Leme

Finalmente vai ser dada a largada para o Serra Alegria 2026, que, na verdade, não está nem um pouco com jeito de que vai ter muita folia, pois o carnaval de hoje está longe de parecer com os sempre lembrados carnavais do passado serrano. Ouvi falarem que o atual modelo da festa de Momo serrana é tão sossegado que nossos irmãos evangélicos, católicos e de outras religiões, que fugiam para os retiros espirituais para sair do agito e do pecado, nem vão precisar fazê-lo, de tão tranquilo que virou nosso carnaval.

Sou saudosista em tudo, mas quando chega o carnaval, a saudade dos antigos carnavais vem redobrada. Só não tenho saudade dos carnavais que antecederam o atual modelo, com aquelas bandas de axé tocando na Praça João Zelante, atraindo aquela multidão de jovens daqui e de cidades vizinhas, trazendo bebidas de casa, pisoteando nos canteiros, urinando em qualquer lugar e na frente de todos, e deixando muito lixo para ser retirado.

Tenho saudade dos desfiles de rua, na 7 de Setembro, que continuavam pela Coronel, em toda a sua extensão. E depois, quando foram para a Av. Laudo Natel, com igual brilho. Dos grandes bailes carnavalescos do Serra Negra EC, com milhares de foliões, brincando numa alegria só.

Tenho saudade, porque era ativo no carnaval, tanto nos desfiles de rua como nos bailes carnavalescos. A princípio, era inibido, gostava do carnaval, mas faltava coragem para vestir uma fantasia e entrar no meio da festa. No Carnaval de 1964, até que dei uma arrancada curta, quando, junto de meu amigo de trabalho Tião Peroba, saímos fantasiados de caçadores, carregando uma onça confeccionada com sacos de estopa, recheada de capim, e aquecidos com algumas doses de uma bebida chamada Fogo Paulista, demos duas voltas no percurso do corso carnavalesco.

Passaram quatro anos e chegou o Carnaval de 1970, ano em que o famoso Bloco da Fumaça participou do desfile com o tema "O Sindicato Perdição". A fantasia era simples: consistia em um saco de açúcar tingido de vermelho, com buracos para passar a cabeça e os braços, calça preta e qualquer coisa na cabeça. Na fábrica Radial, onde trabalhei, eram desocupados cerca de trinta sacos de açúcar por dia, para a elaboração do xarope dos refrigerantes, e era lá nossa fonte de abastecimento de sacos para as fantasias.

Luizinho Rielli, filho do patrão, era assíduo no Bloco da Fumaça. Era eu quem tingia os sacos para ele e para alguns amigos, e naquele ano criei coragem, joguei mais um saco de açúcar vazio na panela de tingimento e executei uma fantasia para mim. Desfilei com a turma e não parei mais. Nos carnavais seguintes, lá estava eu no meio da fumaça. Desfilei com eles até que, para a tristeza de todos, o famoso bloco desapareceu no meio da fumaça do tempo.

E de toda a história só restam as nossas lembranças e fotografias amarelecidas pelo tempo. E nós, que vivemos tudo isto, quando chega o Carnaval, ficamos lembrando das piscinas do Rádio Hotel, lotadas de turistas, divertindo-se ao som das marchinhas carnavalescas; das ruas decoradas para a passagem do corso; dos componentes da Equipe de Ouro, afoitos, confeccionando os carros alegóricos; dos artistas trabalhando na decoração dos salões dos bailes; dos foliões tradicionais preocupados com suas fantasias; dos componentes dos blocos, atrás dos ajustes para os desfiles, todos unidos numa alegria contagiante que agitava serranos e turistas.

Hoje sumiram os que organizavam os blocos, os artistas da Equipe de Ouro se foram e dos grandiosos bailes do Clube XV, Panamalinho e Serra Negra EC só restam lembranças. Desapareceram para nunca mais voltar e só vão continuar sendo lembrados por saudosistas como eu, enquanto nós ainda estivermos por aqui...

Crônicas do .Dia a Dia

Por Guida Gerosa

Dia de arco-íris

Vocês já ouviram falar dos caçadores de tornados? Eu me sinto assim, mas só que sou caçadora de arco-íris. Talvez por conta das histórias infantis, o arco-íris se tornou algo mágico, sempre com a sensação de que aquela aparição vai trazer riqueza ou coisas boas.

O fim do arco-íris tem, mesmo, um pote de ouro? Quando meus filhos eram pequenos, até fui de carro buscando o fim, mas ele ia mudando conforme o carro avançava. Afinal, nada mais é do que a refração da luz num meio úmido. Independente do conhecimento das leis da física, a magia continua em meu coração e, desde que meus filhos eram crianças, os fins de tarde com sol após chuvinha de verão, já me sinalizam que são "dias de arco-íris", e eu os procuro no céu como se avistá-lo trouxesse sorte, alegrias e muita magia. Nunca encontrei o tal pote de ouro, é verdade. Mas encontrei algo mais valioso, talvez: memórias. Meus filhos nunca ligaram muito para os meus devaneios, mas eu continuei a sempre me maravilhar com o arco-íris. Nunca ter achado o fim do arco-íris nunca acabou com a sua magia. O fim estava sempre mais pra frente, ele mudava de lugar.

Sempre que o céu dá aquela escurecida e vem uma chuva ligeira, meu olhar já começa a procurar aquela fresta de sol. É quase um ritual. As pessoas à minha volta e até mesmo meus filhos não percebem a magia desse ato. Não é só um ato infantil; é manter viva dentro de mim a criança que traz alegria e felicidade. Avistar o arco colorido rasgando o céu, é como me sentir atravessada por uma esperança antiga.

O arco-íris não faz barulho, não anuncia sua chegada com estrondo, simplesmente aparece, delicado, como quem não quer nada e, de repente, transforma o céu num colorido mágico. O que era tempestade, vira espetáculo. O que era cinza, ganha cor. Talvez seja essa a sua maior magia: lembrar que depois da chuva há sempre luz suficiente para reinventar o céu.

Eu continuo essa caçada silenciosa, como quem persegue não um fenômeno físico, mas um estado de alma. Porque o arco-íris, para mim, não é apenas a refração da luz num meio úmido. É a prova de que a beleza pode nascer do encontro entre tempestade e claridade.

O público LGBTQIAPN+ apropriou-se do arco íris como símbolo de luta de sua classe. Mas muito antes disso, para mim ele era símbolo de beleza e magia. E se não há pote de ouro no fim, há algo melhor: a certeza de que ainda sou capaz de olhar para o céu e ter esperança. E quando não estiver mais aqui, ao avistar um arco-íris, meus filhos me enxergarão nele com toda a esperança e magia que ele traz.

Cultura .e Vida

Por Henrique Vieira Filho

O tempo em que o cinema botava leão na calçada (literalmente)

Recentemente, concluímos a digitalização de um verdadeiro "tesouro de papel": o Acervo de Material de Publicidade Cinematográfica do querido Nestor Leme, a quem devemos agradecer imensamente por ter guardado esses registros. Como historiador e curador do Museu ReArte, bem sei que o que tenho em mãos é, na verdade, um roteiro de como a magia do cinema chegava à nossa região nas décadas de 40 e 50. São cerca de 700 páginas que revelam os bastidores de uma era em que o cinema não chegava por satélite, mas por meio de uma logística de guerra e uma criatividade que hoje chamaríamos de audaciosa - ou, para os mais conservadores, de absoluta insanidade!

Para que você, leitor, entenda o valor desse resgate, imagine que naquele tempo, quando um filme saía dos grandes estúdios de Hollywood para ganhar o interior paulista, ele não vinha sozinho. Antes, as distribuidoras enviavam aos donos de cinemas inúmeros panfletos, suplementos em formato de jornal, com estratégias de divulgação. O objetivo era duplo: primeiro, convencer o empresário local a alugar aquela fita e, segundo, dar a ele as armas para "invadir" a cidade com publicidade. Eram os "Press Books", manuais de marketing de guerrilha que ensinavam como criar situações que atraíssem o público.

Folheando esse material, que agora salvamos do tempo e transformamos em livros digitais, é impossível não sorrir com a ousadia. Se hoje o marketing vive de algoritmos silenciosos, naquela época ele rugia - literalmente. Uma das sugestões para promover um filme de aventura era que o dono do cinema organizasse um "pequeno zoológico" na entrada. A ideia era pegar um leão emprestado de algum circo da região e colocá-lo enjaulado bem na calçada, com um cartaz convidando o povo a ver o "Rei da Selva" na tela à noite!

Essa necessidade de chocar o público não conhecia limites. Para os dramas policiais, os manuais sugeriam que um homem fosse vestido de prisioneiro, com algemas e correntes, e desfilasse pelas ruas da cidade sob a vigia de um "guarda" uniformizado, carregando uma placa dizendo que estava "a caminho da perdição", mas que ninguém deveria perder o filme!

Imagine o susto das famílias saindo da missa ao darem de cara com um detento em plena praça! E se o sujeito entrasse no cinema, ainda corria o risco de encontrar uma réplica de cadeira elétrica montada no saguão para "preparar o espírito" antes da sessão.

Em filmes de suspense, os manuais recomendavam colocar uma ambulância na porta ou atores vestidos de médicos no corredor, anunciando que estavam ali para socorrer quem desmaiasse de emoção. *Já para os musicais românticos, a tática era o oposto: oferecia-se o palco do cinema para que noivos se casassem de verdade, com direito a bolo e vestido patrocinados pelo comércio local, transformando a estreia do filme em festa de um matrimônio real.*

Muito antes da internet, o cinema já sabia como capturar nossa atenção - fosse com um leão na calçada ou com um prisioneiro na praça! O QR Code da ilustração leva você para as centenas de páginas desse acervo online. Convido você a folhear esse material e descobrir as maravilhas do cinema... e do marketing!

Lei da Selva No Marketing | Ilustração: Henrique Vieira Filho

104.5 fm SERRA NEGRA
Músicas
Notícias
Entretenimento
Sorteios
E muito mais!
Programação 104,5 mHz
8h - 12h - Bom dia, 104! (Ibraim Gustavo)
12h - 13h - Rádio Notícias (Angelito Neto)
13h - 16h - Super Tarde (Pedro Giovani)
16h - 19h - Ranchinho da Saudade (Pedro Giovani)
19h - 20h - A Voz do Brasil
20h - 0h - Noite na Serra
www.radioserranegra.com.br

MENEGATTI
Serralheria Menegatti Ltda.
Box - Portas - Vitraux - Venezianas - Coberturas
Portas de Enrolar - Fech. de Área - Portões - Etc.
serralheriamenegatti@gmail.com
Fones.: (19) 3892-2147 3892-1291
Rua Santa Carolina, n.º 96 - B. das Palmeiras - CEP 13930-000 - Serra Negra - SP

Recentemente, concluímos a digitalização de um verdadeiro "tesouro de papel": o Acervo de Material de Publicidade Cinematográfica do querido Nestor Leme, a quem devemos agradecer imensamente por ter guardado esses registros. Como historiador e curador do Museu ReArte, bem sei que o que tenho em mãos é, na verdade, um roteiro de como a magia do cinema chegava à nossa região nas décadas de 40 e 50. São cerca de 700 páginas que revelam os bastidores de uma era em que o cinema não chegava por satélite, mas por meio de uma logística de guerra e uma criatividade que hoje chamaríamos de audaciosa - ou, para os mais conservadores, de absoluta insanidade!

Para que você, leitor, entenda o valor desse resgate, imagine que naquele tempo, quando um filme saía dos grandes estúdios de Hollywood para ganhar o interior paulista, ele não vinha sozinho. Antes, as distribuidoras enviavam aos donos de cinemas inúmeros panfletos, suplementos em formato de jornal, com estratégias de divulgação. O objetivo era duplo: primeiro, convencer o empresário local a alugar aquela fita e, segundo, dar a ele as armas para "invadir" a cidade com publicidade. Eram os "Press Books", manuais de marketing de guerrilha que ensinavam como criar situações que atraíssem o público.

Folheando esse material, que agora salvamos do tempo e transformamos em livros digitais, é impossível não sorrir com a ousadia. Se hoje o marketing vive de algoritmos silenciosos, naquela época ele rugia - literalmente. Uma das sugestões para promover um filme de aventura era que o dono do cinema organizasse um "pequeno zoológico" na entrada. A ideia era pegar um leão emprestado de algum circo da região e colocá-lo enjaulado bem na calçada, com um cartaz convidando o povo a ver o "Rei da Selva" na tela à noite!

Essa necessidade de chocar o público não conhecia limites. Para os dramas policiais, os manuais sugeriam que um homem fosse vestido de prisioneiro, com algemas e correntes, e desfilasse pelas ruas da cidade sob a vigia de um "guarda" uniformizado, carregando uma placa dizendo que estava "a caminho da perdição", mas que ninguém deveria perder o filme!

Imagine o susto das famílias saindo da missa ao darem de cara com um detento em plena praça! E se o sujeito entrasse no cinema, ainda corria o risco de encontrar uma réplica de cadeira elétrica montada no saguão para "preparar o espírito" antes da sessão.

Em filmes de suspense, os manuais recomendavam colocar uma ambulância na porta ou atores vestidos de médicos no corredor, anunciando que estavam ali para socorrer quem desmaiasse de emoção. Já para os musicais românticos, a tática era o oposto: oferecia-se o palco do cinema para que noivos se casassem de verdade, com direito a bolo e vestido patrocinados pelo comércio local, transformando a estreia do filme em festa de um matrimônio real.

Muito antes da internet, o cinema já sabia como capturar nossa atenção - fosse com um leão na calçada ou com um prisioneiro na praça! O QR Code da ilustração leva você para as centenas de páginas desse acervo online. Convido você a folhear esse material e descobrir as maravilhas do cinema... e do marketing!

Serra Negra
HOJE!
O VALE DAS MIL MONTANHAS
PERDIÇÃO
ATÉ ÀS 24 HORAS
HOJE!
BILHETERIA
HOJE!
O REI DA SELVA AO VIVO E NA TELA "O VALE DAS MIL MONTANHAS"
ESTOU A CAMINHO DA PERDIÇÃO... MAS VOU VER O FILME! E VOCÊ?

Lei da Selva No Marketing | *Ilustração: Henrique Vieira Filho*